ÉCONOMIE

300 emplois sautent chez Expro

Page 5

La Bourse de Montréal veut sa *green card*

Page 22

Luc Bertrand

Quebecor à son plus creux

CHARLES CÔTÉ

Trente dollars tout rond. C'était la valeur du titre de Quebecor à la fermeture des marchés hier, alors que le marché avait de nouvelles informations à digérer. Deux des trois fondateurs de Netgraphe, une filiale indirecte de Quebecor, se font montrer la porte. Et une directive de réduction des coûts a été adressée au Groupe Vidéotron, sa dernière acquisition, ce qui retardera son entrée en téléphonie.

Les analystes financiers consultés hier par *La Presse* sont unanimes : les investisseurs ne comprennent pas tout à fait ce que Pierre Karl Péladeau compte faire avec Vidéotron, et ils attendent de voir quelle valeur Quebecor pourra tirer de certains activités dont elle compte se départir, au premier chef la filiale de télécommunications Vidéotron Télécom et, dans une moindre mesure, le réseau de télévision TQS.

Le titre de la société fondée par Pierre Péladeau n'a jamais été aussi bas depuis deux ans. En février, en pleine bulle spéculative, il a valu jusqu'à 62 $. Depuis, il y a eu la saga Vidéotron, un gros morceau à avaler dans des conditions de marché hostiles à l'incertitude.

Hier, un mois après la conclusion de la transaction, Quebecor a accentué son emprise sur ses nouvelles filiales.

Netgraphe a annoncé la « démission » de Pierre Simon et de Normand Drolet, respectivement président du conseil et chef de la direction de Netgraphe. M. Drolet sera remplacée par Monique Leroux, chef de l'exploitation de Quebecor et auparavant numéro un de la Banque Royale au Québec. Il restera cependant comme administrateur de la société.

Quebecor Media et TVA vont racheter la part de 10 % que détenait Pierre Simon dans Netgraphe à travers une société de portefeuille. Le montant de cette transaction n'a pas été dévoilé. Hier, l'action de Netgraphe a gagné neuf cents, à 2,99 $.

Le troisième membre du trio de fondateurs, Marc Copti, conserve son poste de président de Netgraphe International.

« Le but est de procéder à l'intégration de Netgraphe et de Canoë, a indiqué Luc Lavoie, porte-parole de Quebecor. Des objectifs de recherche de synergies assez évidentes, mais aucune réduction de postes n'est encore planifiée. »

Netgraphe conçoit et exploite des sites Web. Canoë est le portail Internet dont Quebecor a hérité en mettant la main sur les journaux Sun.

Téléphonie retardée

Par ailleurs, chez Vidéotron Communications inc. (VCI), la filiale du groupe qui est propriétaire du réseau câblé, on a confirmé hier que le développement de la téléphonie est encore retardé.

« On continue les tests, mais le grand lancement commercial va se faire moins vite, a dit hier Jean-Paul Galarneau, directeur des communications chez VCI. Mais c'est plus un problème technologique que financier. On veut lancer un produit qui est à point à 100 %. »

L'embauche prévue d'employés pour lancer le service est suspendue, et M. Galarneau n'avance plus aucune date de lancement. « On va faire les tests à 100 % avec 2000 clients, dit-il. Il y a eu des problèmes avec les équipements. En ajoutant des clients, on s'est aperçu qu'il fallait raffiner nos installations. Il faut atteindre les mêmes standards que ceux de Bell avant de se lancer. »

Photo CNW

Netgraphe a annoncé la « démission » de Pierre Simon (à gauche) et de Normand Drolet, respectivement président du conseil et chef de la direction de Netgraphe. On les voit ici en des temps plus heureux.

Le président de Jitec démissionne

ARIANE KROL

BENOÎT LALIBERTÉ, le président de Jitec, un fournisseur de services informatiques de l'Île-des-Soeurs, a remis sa démission, mais il doit encore plus de deux millions de dollars à l'entreprise.

« Des avances de fonds totalisant 865 000 $ ont été versées par la Société à M. Laliberté sans la connaissance ni le consentement du Conseil », indique le communiqué du conseil d'administration de Jitec. En outre, Benoît Laliberté doit 1,2 million parce que « des ventes d'inventaire provenant des anciens magasins de vente au détail de Jitec ainsi que des transferts de créances de la Société ont été effectués à des sociétés apparentées à M. Laliberté ».

L'ex-président de Jitec s'est engagé à rembourser les avances de fonds avant le 15 décembre prochain, précise le conseil, qui prévoit aussi que les 1,2 millions seront remboursés mensuellement au cours des six prochains mois.

Benoît Laliberté a diffusé un communiqué de presse en son nom propre pour commenter la situation. « Je tiens à préciser que les transactions mentionnées dans le communiqué de Jitec n'ont jamais servi mes intérêts personnels. Au contraire, ces transactions ont été effectuées dans le seul intérêt de Jitec et de ses actionnaires. La situation sera d'ailleurs régularisée dans les meilleurs délais », écrit-il.

Le conseil a été mis au courant des faits par un comité spécial formé le 18 octobre « pour protéger les intérêts des actionnaires minoritaires de Jitec et pour formuler au conseil d'administration les recommandations appropriées ».

Voir LE PRÉSIDENT en D2

La publicité voyage même en ascenseur

MARIE-ANDRÉE AMIOT

LES ASCENSEURS ne seront plus jamais des endroits de rencontre fortuite où on s'ennuie à mourir, s'il n'en tient qu'à Jean et Pierre Nadeau et à leur associé Bryan Marsh. Leur entreprise, Visuel Corporation, a conçu un système interactif d'informations qui sera bientôt installé dans quelque 130 ascenseurs de grands immeubles de Montréal, grâce à une entente conclue hier avec SITQ Immobilier, une filiale de la Caisse de dépôt et placement du Québec.

Leur système, appelé *Wazzup ?*, comprend deux modules informatiques reliés à Internet et fixés à une colonnette. Le premier, installé à la hauteur des passagers, permet d'interagir grâce à une plage tactile et à des boutons de navigation. Les passagers peuvent commander des informations sur l'actualité, l'économie, la circulation, la météo, les résultats boursiers, les arts et spectacles et d'autres sujets d'intérêt. Le second (juché au coin supérieur de la cabine) présente de la publicité de même que les informations commandées.

Les modules, des ordinateurs branchés à Internet, diffuseront des informations renouvelées régulièrement. « Nous aurons une équipe en place qui s'occupera de fournir des nouvelles fraîches, dit Pierre Nadeau. Et puisque nous utilisons du transfert à très grande vitesse, les passagers n'auront pas à attendre durant leur « court séjour ». »

Les informations livreront des nouvelles pertinentes comme « Le pont Victoria est congestionné » ou « On prévoit des accumulations de neige de 25 cm » ou encore « Nasdaq est en chute libre ». La publicité sera diffusée en tranches de 10 à 15 secondes.

Photo DENIS COURVILLE, La Presse©

Jean Nadeau, diplômé en communications, est le président et responsable du marketing de Visuel Corporation.

De la pub partout

Visuel Corporation est d'abord une agence de placement publicitaire. Elle a été fondée à Québec en 1997. Jean Nadeau, diplômé en communications, en est le président et responsable du marketing. Son frère Pierre est architecte et directeur de l'exploitation. Il s'occupe aussi du volet informatique. Le troisième membre du trio est Bryan Marsh, diplômé en administration des affaires et directeur des finances et du développement. Visuel a emporté ses pénates à Montréal à l'été 1999.

Ces trois associés proposent de fixer leurs modules gratuitement dans les ascenseurs des immeubles. Le potentiel est grand, et ils espèrent en installer environ 350 dans le centre-ville de Montréal. En plus de permettre aux gestionnaires d'immeubles d'offrir de la valeur ajoutée à leurs locataires, ils y voient une nouvelle façon d'intégrer de la publicité dans des lieux encore vierges. Car si *Wazzup ?* se veut divertissant, il se veut aussi un nouveau support publicitaire.

La plupart des utilisateurs d'ascenseurs effectuent 5,2 voyages par jour, chacun d'une durée de 40 à 45 secondes. Ils passent donc environ 200 secondes quotidiennement dans la cabine. « C'est le transport en commun le plus utilisé au monde, fait remarquer Pierre Nadeau. Et le plus fiable ! »

L'été dernier, les associés avaient présenté une campagne publicitaire inusitée aux gestionnaires d'immeubles : des affiches collées sur les portes d'ascenseurs, à l'intérieur de la cabine. L'affiche, divisée en deux, prenait forme quand les portes se refermaient. Durant leur campagne de promotion, les dirigeants ont pu tâter le pouls des gestionnaires d'immeubles. « On a utilisé ce prétexte pour rencontrer le plus de gestionnaires possibles et, surtout, pour voir leurs ascenseurs ! » confie Jean Nadeau.

Voir LA PUBLICITÉ en D2

LES MARCHÉS

CDNX			▼
Composé	2985,40		-61,62
Variation du jour	-2,02%	An	
TORONTO			▼
TSE 300	8844,60		-169,30
Variation du jour	-1,88%	An	12,62%
NEW YORK			▼
Dow Jones	10399,32		-95,18
Variation du jour	-0,91%	An	-5,53%
S&P 500	1322,36		-24,99
Variation du jour	-1,85%	An	-6,68%
NASDAQ	2755,34		-116,11
Variation du jour	-4,04%	An	-19,45%
DOLLAR CAN	64,68 ¢US		0,21
Variation du jour	0,33%	An	-5,12%
DOLLAR CAN	76,67 ¢EURO		0,26
Variation du jour	0,34%	An	14,62%
OR	266,30 $US		0,60
Variation du jour	0,23%	An	-11,06%
PÉTROLE	33,06 $US		-0,05
Variation du jour	-0,15%	An	28,29%

2859011